

ESPACE LIBRE

Information et environnement : lorsque deux crises se rencontrent¹

Raymond Corriveau^aDOI : <https://doi.org/10.1522/revueot.v35n1.2015>

RÉSUMÉ. L'information est une donnée capitale du vivre en société. Il importe de la définir et de faire l'inventaire des droits qui sont censés la protéger. Toutefois, les assises de la production de l'information dans les sociétés libérales avancées reposent sur des bases mercantiles qui entrent en contradiction avec les principes d'une information libre et de qualité. Les avancées du Web 2.0 n'offrent que des avenues compensatoires limitées. La numérisation généralisée des sociétés largement contrôlées par quelques empires commerciaux crée une crise de financement des médias traditionnels. Cette crise des médias se joue pourtant dans le cadre d'un impératif environnemental, un défi inédit jamais rencontré dans l'histoire de l'humanité : celui de l'Anthropocène. Alors qu'ils devraient pouvoir contribuer à développer une société réflexive pour faire face à cet enjeu majeur, les médias, en raison de l'information qu'ils circulent à cause de leur structure de financement, sont condamnés à aggraver la crise environnementale.

Mots clés : Information, médias, environnement, droit à l'information.

ABSTRACT. *Information is a fundamental element of social life. It is important to define it and to inventory the rights that are supposed to protect it. However, the foundations of information production in advanced liberal societies are based on business principles that conflict with the ideals of free and quality information. The advances of Web 2.0 offer only limited compensatory avenues. The widespread digitization of societies, largely controlled by a few business empires, has created a funding crisis for traditional media. This media crisis unfolds within the context of an environmental imperative – an unprecedented challenge in human history: the Anthropocene. Although the media should be able to contribute to developing a reflective society capable of addressing this major issue, they are doomed to exacerbate the environmental crisis, due to the information they disseminate and their funding structures.*

Key words: *Information, media, environment, right to information.*

Introduction

Dans une forme d'écologie sociale où les paramètres de la réflexion se veulent holistiques, hors des silos dessinés par le modèle de la pensée industrielle et productiviste, il est intéressant de lier la question environnementale aux conditions de production de l'information.

^a Ph. D., professeur associé, Département de lettres et communication sociale, Université du Québec à Trois-Rivières; ancien président du Conseil de presse du Québec; membre du Centre de recherche interuniversitaire sur la communication, l'information et la société (CRICIS)

Si l'on rattache généralement l'environnement aux sciences de la nature, il nous semble fécond d'envisager aussi l'enjeu écologique planétaire à la façon dont l'information est produite et circulée dans la société actuelle. Pour ce faire, quelques questions préalables doivent avoir été résolues. Nous devons donc préciser dans un premier temps ce que nous entendons par *information*.

Puis, pour permettre le décloisonnement des paradigmes, il importe de situer le champ dans lequel nous situons notre objet de réflexion, c'est-à-dire l'enracinement de l'information dans le champ médiatique. C'est grâce à la fracture du modèle traditionnel de l'information tel qu'on l'a connu que nous pourrions mettre en lumière la question centrale du droit à l'information.

Enfin, c'est en nous inspirant d'une analyse de type hégélien, qui s'appuie sur l'idée de totalité, que nous pourrions relier deux crises apparemment distinctes : celle des médias et celle de l'environnement.

1. Ce qu'est l'information

L'information est un terme tellement utilisé qu'il en devient polysémique et que ses assises finissent par s'étioler au fil des usages. Il importe d'en souligner le sens premier, car les enjeux qui y sont rattachés sont de taille.

Rappelons brièvement quelques grands principes². Quéré (2000) nous apprend que « l'information est normalisée au sens où elle est traitée en fonction de significations sociales déjà existantes » (p. 354). Une information a donc besoin d'informations pour être comprise et assimilée. Appliqué à une large échelle, ce principe fait peur, dans la mesure où, s'il advenait dans un pays que l'information de masse devienne lacunaire, les gens finiraient par ne plus s'en apercevoir, faute de significations sociales préexistantes ou à cause des significations sociales préexistantes qui « normaliseraient » une situation qui serait inacceptable. Des phénomènes comme la peoplisation de l'information, la désinformation ou encore l'orientation politique de la nouvelle au mépris des événements réels deviennent des dangers de grande envergure.

Quéré (2000) soutient aussi : « L'information est ce qui spécifie les significations et les valeurs fonctionnelles » (p. 355). Les valeurs fonctionnelles sont ce qui permet le *repérage* de tout organisme vivant dans un environnement et c'est vrai pour les formes de réflexivité et les dispositifs d'action collective propres à notre société. On soupçonne ici l'effet pervers que produit un décalage entre les gens qui ont un accès à l'information et ceux qui n'en ont pas; ceux qui ont le droit à de la bonne information et ceux qui n'y ont pas droit. Ici, c'est la mécanique de décision qui se voit interpellée. L'information, c'est de savoir qu'il existe telle ou telle exemption d'impôt, par exemple, et de pouvoir en profiter. L'information, c'est aussi d'avoir les bonnes études scientifiques qui démontrent que les pesticides sont toxiques pour les humains et l'environnement. Prendre une décision en étant mal informé, cela veut dire faire le mauvais choix de placement (comme ce fut le cas pour nombre de personnes lors de la crise financière de 2008), voter pour un candidat qui ne protège pas vos intérêts; bref, c'est aussi l'assise de toute la violence symbolique, comme l'a démontré Bourdieu (1977).

Or, cette information sert également à établir des liens. Burt (2005) fait référence à la quantité de capital social détenue par un individu. Elle est d'autant plus élevée qu'il dispose d'informations que les autres n'ont pas, ce qui le met en position de force. Dans le même esprit, Bertacchini (2004) fera référence à une intelligence territoriale, qu'il définit comme :

un processus informationnel et anthropologique, régulier et continu, initié par des acteurs locaux physiquement présents et/ou distants qui s'approprient les ressources d'un espace en mobilisant puis en transformant l'énergie du système territorial en capacité du projet. (p. 13)

Il ne faudra donc pas se surprendre que, lors d'une tournée provinciale du Conseil de presse en 2008³, celles et ceux qui ont exercé un jugement le plus sévère envers l'état actuel de l'information au Québec étaient justement des acteurs de développement qui voyaient les conséquences des lacunes en information. Ces quelques lignes mettent en lumière les enjeux cruciaux autour de questions comme : Qui va contrôler l'intelligence territoriale? Au profit de qui? Et à partir de quelle information?

Par exemple, un groupe d'Amérindiens possédera-t-il l'information nécessaire pour contrer un développement qui leur est néfaste? Arriveront-ils à produire une proposition alternative de développement? Le débat actuel qui déchire la Mauricie sur le projet de TES Canada en est aussi un bon exemple. Des chercheurs apportent un tout nouvel éclairage sur le projet de production d'hydrogène vert à partir en bonne partie de gigantesques éoliennes. De nouveaux enjeux prennent alors forme, qu'on pense à la privatisation déguisée d'Hydro-Québec, chose que personne ne voyait venir dans la présentation édulcorée du projet initial⁴. D'apparence bien théorique, les points de chute de ces réflexions peuvent être très concrets.

Ajoutons à cela la notion d'affordance de Gibson (1979), qui met l'accent sur le lien entre information et action. Voulant survivre dans son environnement – ce qui est fort légitime –, l'être vivant va attribuer à toute nouvelle information une signification orientée sur l'action, de manière à mieux cohabiter dans le lieu où il évolue. Or, si le contexte d'évolution est pathogène, ce ne sera pas la valeur intrinsèque de l'information qui aura priorité, mais bien son potentiel d'adaptation. On comprend donc toute la mécanique normative et ses conséquences que possède une nouvelle information.

Ces quelques précisions sur le fondement de l'information mettent déjà en relief les notions de contrôle de la vie quotidienne, d'orientation des grandes décisions politiques, tout comme les principes sur lesquels le développement social s'effectuera. L'information est d'un potentiel fantastique et essentiel à la vie. Son importance est telle qu'elle devrait être considérée comme un bien public relevant d'un capital collectif; comme une forme de patrimoine essentiel de chaque société. Malheureusement, on en est bien loin.

2. Champ médiatique et information

Selon le modèle de développement de nos sociétés libérales ou néolibérales, jusqu'à tout récemment, la grande majorité de l'information est véhiculée par les médias ou par des *entreprises de presse*, vocable que les patrons⁵ de presse préfèrent utiliser. Avec la révolution de l'habitus médiatique instaurée par les médias sociaux, l'information ne passe plus par le filtre des médias traditionnels, et c'est sans *gate keeper*, sans vigie de contenu comme dans les médias traditionnels, que les idées et les visions du monde se propagent dans un espace public individualisé.

Cette révolution fait le grand bonheur du monde politique, mais cet accès n'est possible que par l'entremise d'entreprises hyperconcentrées, comme les GAFAs⁶ ou géants du Web de ce monde. L'information est donc une *marchandise* entre les mains de conglomerats toujours plus puissants qui défient même les pouvoirs politiques nationaux. Le Canada en est un bon exemple, avec le comportement de Meta en relation à l'adoption de la *Loi concernant les plateformes de communication en ligne rendant disponible du contenu de nouvelles aux personnes se trouvant au Canada*⁷.

Lorsqu'on cherche à comprendre ce qui se passe dans le champ médiatique⁸, la première réponse qui vient à l'esprit d'un observateur est évidemment ce que les événements portent comme problématique contemporaine. Il y a de fortes chances que ce soit les enjeux au sujet des fausses nouvelles qui retiennent l'attention ou encore que ce soit le risque associé au forage des données personnelles à partir des médias sociaux afin de les transformer en outils d'orientation idéologique. La scène américaine, bien que loin d'en être le théâtre exclusif, illustre bien tous les dangers de la dérive démocratique que

cela peut entraîner. Le centre de notre attention est alors évidemment focalisé sur les médias sociaux, mais il ne faudrait pas effacer de notre écran radar le travail concomitant de plusieurs autres acteurs. Il y a bien sûr les médias travailleurs (p. ex., les Fox News de ce monde), mais aussi de multiples relais (groupes de réflexion, lobbys, journaux, chaires universitaires grassement subventionnées, etc.) d'une idéologie qui ne se soucie guère de la vérité des faits. Tout cela se déploie au moment où les médias traditionnels sont dans une tourmente structurelle inédite.

Pour bien comprendre, un bref rappel des grands moments de l'évolution médiatique est nécessaire, car l'évolution historique ne pardonne pas.

Les médias furent à leurs débuts des joueurs incontestables dans la multiplication des points de vue et dans la propagation des idées neuves. Habermas (1962), dans sa réflexion sur l'espace public⁹, décrit très bien la naissance des premiers journaux. Le feuillet distribué dans les cafés se transformera au fil du temps en publication plus régulière et structurée. L'imprimé prendra de l'expansion, augmentera ses collaborateurs et deviendra un journal dans la cité. Les capacités techniques de diffusion (chemin de fer, télégraphe, reproduction de l'image, etc.) transformeront à nouveau le média en quotidien national jouant un rôle de plus en plus important dans la vie des États. L'électricité permettra, en multipliant les plateformes médiatiques avec l'apparition de la radio puis de la télévision, la naissance des médias de masse, comme on les a connus jusqu'à tout récemment.

Toutefois, l'évolution des structures de diffusion ne put se faire que par l'apport toujours plus grand de frais de fonctionnement, ce qui aura comme conséquence de resserrer la propriété des médias aux mains de groupes de presse de plus en plus imposants, éliminant ainsi le propriétaire unique. Ce sera donc la disparition quasi totale de cet individu-propriétaire un peu aventurier et souvent animé d'un idéal démocratique.

Chaque évolution technique entraîne des charges de plus en plus lourdes, ce qui produit indirectement non seulement une concentration de la propriété, mais également une accréation des voix dans des mains de plus en plus restreintes. Les bénéfices d'exploitation ne pouvant assumer les coûts du processus technique, la publicité viendra à la rescousse des médias, au point de devenir indispensable à la bonne santé financière. Au cumul de ces évolutions naîtra l'entreprise de presse.

Cette tendance à la concentration va s'accroître avec l'apparition des médias sociaux. Du média de masse, nous allons passer au média de masse individualisé, où seuls quelques grands joueurs ont pu s'établir dans le cadre de la dernière des évolutions technologiques, celle de la numérisation généralisée.

Ainsi, aujourd'hui, les médias traditionnels, qui ont vu leurs revenus publicitaires délocalisés vers les médias numériques, connaissent une crise de financement sans précédent. Cette crise a comme conséquences la disparition de nombreux acteurs du champ médiatique (radios, quotidiens, magazines, etc.), la suppression de postes et l'attrition des budgets reliés au journalisme d'enquête¹⁰. La crise chez le producteur de nouvelles s'est mutée en crise généralisée de l'information.

La crise médiatique est plus profonde que ce qu'on voudrait bien croire. En effet, la fragilisation des médias, disons, traditionnels souligne le danger de voir l'information décliner à l'échelle nationale pour ne se retrouver qu'à l'échelle des grands groupes. La loi de la diffusion au plus grand nombre oblige, les informations relatives aux régions et aux États seront éliminées de manière à assurer une diffusion transnationale, comme les entités qui les portent. La débâcle du financement des médias et la tendance lourde de la concentration aux mains de grands groupes financiers produisent une conjoncture historique et technique qui reconfigure l'information – certains diront qui conduit à une crise de l'information. C'est la fin, en tout cas, d'une forme de spécificité locale, régionale, voire nationale en information.

3. Environnement et information

Les problèmes écologiques, eux, sont présents à toutes les échelles. Il y a certes une sérieuse préoccupation planétaire, mais les dangers se manifestent de manière très vive souvent à l'échelle locale. Pourtant, depuis sa fondation en 1988, le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC)¹¹ tente de nous alerter sur les conséquences des catastrophes naturelles liées aux changements climatiques. Les feux de forêt et les inondations de l'année 2023 n'ont laissé personne indifférent. Même à des milliers de kilomètres des feux, l'air devenait difficile à respirer.

Pourtant, nombre d'enjeux à l'échelle locale se déroulent en l'absence d'information, sans discussion publique à l'échelle des acteurs de proximité, sans intelligence territoriale. L'environnement est souvent mis à mal; pensons au détournement ou au harnachement d'une rivière, aux décharges sauvages, à la déforestation ou encore à la disparition de milieux humides, etc. Le rôle des médias régionaux demeure, à cette échelle, d'une importance capitale. Leur disparition ou leur affaiblissement ont un impact significatif sur la capacité des humains à se positionner dans leur environnement (affordance).

4. De la crise de l'information

Cette crise de l'information a des assises beaucoup moins publiées, mais fort bien connues. Le problème existait depuis longtemps et les nouveaux épisodes troubles ne font que souligner les assises boiteuses de ce qui est en place dans nos sociétés libérales avancées comme mécaniques d'information.

Au Canada, pas moins de 19 commissions d'enquête, tournées, rapports, etc., ont révélé de sérieuses lacunes informationnelles. Presque toutes les recommandations émises pour corriger la situation ont été totalement écartées (Corriveau, 2015). Une des carences fondamentales est liée au fait que l'information est redevable à la rentabilité de l'entreprise. Pas de marché veut dire pas d'information; pas de profit veut aussi dire pas d'information. Par exemple, des pans entiers du pays sont soit absents du regard médiatique, soit peu touchés par les médias. Puisque ces régions sont moins visibles, nombre d'enjeux régionaux aux causes ou conséquences mondiales sont passés sous silence. Car, ne l'oublions pas, le silence médiatique se traduit souvent en silence politique¹².

Le politicien réagira en fonction d'une nouvelle connue et publiée qui pourrait avoir un potentiel nuisible à sa réélection. Toutefois, si une catastrophe humanitaire et sociale se déroule dans le silence et, surtout, si des intérêts financiers en sont responsables, il est fort à parier qu'aucun geste politique ne sera entrepris. Les minières canadiennes ont des comportements des plus exécrables (Gruda et Hachey, 2012), mais qui sont dénoncés timidement dans l'espace médiatique et qui profitent donc d'un silence politique canadien le plus complet.

5. Qu'en est-il du droit à l'information?

Pourtant, des efforts considérables ont été faits pour établir des assises solides au droit à l'information. Ce droit est reconnu par de nombreux textes législatifs, dont la *Déclaration universelle des droits de l'homme*¹³, mais aussi des textes à portée juridique qui veulent garantir de manière spécifique le droit du citoyen à recevoir de l'information. La *Charte canadienne des droits et libertés*, à l'article 2b¹⁴, aborde la chose un peu différemment en garantissant la « liberté de la presse », ce qui laisse supposer que les personnes sont libres de recevoir cette information sans entrave.

Dans la problématique qui nous intéresse, on peut relever l'*Accord régional sur l'accès à l'information, la participation publique et l'accès à la justice à propos des questions environnementales en Amérique latine et dans les Caraïbes* de l'ONU¹⁵. Aux textes législatifs déjà mentionnés, un certain nombre d'autres déclarations viendront ajouter un appui moral. La *Déclaration des devoirs et des droits des journalistes*¹⁶ de Munich en 1971 statue sur la nécessaire véracité de l'information, mais aussi sur la capacité à pouvoir la diffuser.

La question de la véracité de l'information n'est pas anodine. Par exemple, pendant des décennies, aux États-Unis, prévalait le souci d'une équité de parole; les points de vue opposés devaient être entendus ou exposés. Cette préoccupation, présente dès 1927 dans l'attribution des licences de radiodiffusion, fut érigée en règle en 1949 sous le titre de *fairness doctrine* par la Federal Communications Commission (FCC)¹⁷. Or, elle fut abrogée en 1987 par Ronald Reagan (Randall, 2016), laissant ainsi libre cours à des postures discursives plus que discutables, telles que celles adoptées par Fox News, rattaché au groupe Murdoch. Le scandale reliant Fox « News » aux mensonges de Trump sur le système de vote électronique en est un exemple des plus éloquentes¹⁸.

Un autre visage du même questionnement prendra la forme de la liberté de la presse. La liberté de la presse est considérée par la Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) comme une composante de la liberté d'expression (article 10 de la *Convention européenne des droits de l'homme*¹⁹). Dans la foulée de la liberté de la presse, on retrouve désormais le principe de la protection des sources journalistiques. Au Québec comme au Canada, deux nouvelles législations sont apparues en 2017 à la suite de révélations troublantes (Leduc, 2017). Au Québec, cela a conduit à la mise sur pied de la Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques (commission Chamberland). Dans une annexe du rapport de cette commission, on retrouve une excellente rétrospective des législations un peu partout dans le monde qui traitent de ce sujet (Riendeau, 2017). Le corollaire de la protection des sources journalistiques est évidemment la protection des lanceurs d'alerte. Même une institution comme l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE)²⁰ favorise la protection des lanceurs d'alerte.

À cette dualité de production et de diffusion sans entrave de l'information est venu se greffer un principe fondamental : l'accès à l'information. Actuellement, plus de 60 pays ont entériné les principes initialement établis lors de la Journée internationale du droit à l'information en Bulgarie en 2002²¹, qui veulent garantir l'accès à l'information de source gouvernementale. En France, la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL)²² aborde un tout autre aspect du droit à l'information : celui de la protection de l'information privée dans l'univers numérique. Plusieurs pays, dont le Canada, ont des lois sur la protection de la vie privée et des renseignements personnels, mais le scandale *Facebook-Cambridge Analytica*²³ en a démontré les limites.

D'autres organisations de la société civile, comme Acrimed (2013), voudront aussi appuyer le droit à l'information en y ajoutant des précisions de taille, telles que le droit à l'information échappant à l'emprise des conglomérats²⁴. Nous pourrions enchaîner ainsi nombre d'autres déclarations nationales ou internationales qui proclament l'importance cruciale de l'information. Rappelons-nous la grande rétrospective que Mattelart et Mattelart (2004) ont effectuée sur les débats internationaux ayant l'information comme enjeux, du « village global » de McLuhan, en passant par le rapport McBride, jusqu'à la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles* de l'UNESCO.

Normand Landry (2013), dans son ouvrage incontournable *Droits et enjeux de la communication*, illustre le rôle essentiel que jouent l'information et sa mécanique communicationnelle dans l'établissement des droits de la personne. S'inspirant des travaux du Sommet mondial sur la société de l'information (2004), il énonce :

Il est désormais acquis que la communication constitue un « processus social fondamental, un besoin essentiel de l'être humain et la base de toute organisation sociale », qu'elle se présente comme une condition de l'épanouissement des individus et de l'organisation harmonieuse de sociétés démocratiques. (Landry, 2013, p. 17)

L'ouvrage de Landry reprend cette idée forte et fait une démonstration articulée et non équivoque de l'importance des liens entre droits de la personne et communication. Nul doute n'est encore possible. L'information étant indissociable de l'acte communicationnel, elle constitue un socle fondamental de nos sociétés. Pourtant, on peut aisément dénombrer dans nos pays respectifs de multiples incartades (Corriveau, 2017) à ce droit fondamental que constitue le droit à l'information.

Comment alors justifier qu'un droit aussi fondamental repose sur le profit des actionnaires? Le droit à l'information, comme mentionné précédemment, c'est de pouvoir prendre des dizaines de décisions adéquates chaque jour, et ce, dans tous les domaines de la vie, en environnement comme ailleurs. C'est le façonnement juste et équilibré des visions du monde, mais c'est aussi le pouvoir d'imaginer le monde autrement.

Comment tout cela peut-il reposer sur la satisfaction financière de quelques-uns? Cela a fonctionné pendant un certain temps, mais force est de reconnaître que le modèle actuel repose sur des assises désormais trop lacunaires pour être réconciliable avec les impératifs d'un droit fondamental. Par la force des choses, le droit à l'information semble nous obliger à imaginer l'information autrement.

Faire l'inventaire des droits, invoquer des principes de bonne conduite ou des guides déontologiques est une chose, mais rien de cela ne fait sens si les institutions démocratiques ne sont pas respectées ou sont détournées de leurs mandats d'origine. Lorsqu'on voit le président des États-Unis faire 5 276 fausses affirmations²⁵ (sans compter les redites des mêmes fausses informations) à la Maison-Blanche (Dale, 2019), la fragilisation des institutions devient préoccupante. L'une de ces fausses déclarations est totalement aberrante : Trump accuse les écologistes d'être responsables des feux de forêt qui ravagent la Californie (Dale, 2019)!

Comme le laissaient entrevoir les sondages pour l'élection présidentielle américaine de 2024, c'est la démocratie qui devient à risque. N'avait-on pas abordé le danger d'une information *normalisée* en fonction de significations sociales déjà préexistantes? La déontologie médiatique sera bien orpheline, dans un contexte où les institutions politiques, légales et judiciaires sont absentes ou détournées de leur sens premier. Les droits invoqués précédemment risquent, dans une conjoncture pathogène, de ne pas pouvoir être respectés. En fait, on est aux confins de problématiques assez denses où la désinformation peut devenir contributive au détournement de l'information destinée à l'émancipation des citoyens ou, pire, à la légitimation des instances publiques et sociales qui ne mériteraient pas de l'être. Le comportement déontologique de celui qui traite l'information devient alors crucial.

6. Déontologie et information

La première chose qui vient à l'esprit lorsqu'on parle de sources d'information est l'espace médiatique²⁶; là où les médias écrits aussi bien qu'électroniques cohabitent dans une compétition sans merci. C'est dans cet espace jamais bien défini qu'évoluent les journalistes. C'est une profession qui trouve sa légitimité dans une pratique déontologique²⁷ qui a comme assise l'information libre et de qualité pour l'ensemble de la population.

Les journalistes se perçoivent souvent comme les yeux et les oreilles du citoyen, qui doit vaquer à d'autres occupations pour assurer sa survie. D'abord, il faut prendre garde de ne pas confondre journaliste et entreprise de presse. Si les deux sont contributifs à l'espace médiatique, l'intérêt de l'entreprise de presse réside, comme son nom l'indique, dans une opération mercantile. L'étanchéité des salles de rédaction est supposément assurée, mais il arrive que les impératifs publicitaires orientent la production, le choix ou le traitement de la nouvelle. Cette intrusion dans le monde de l'information est aussi fréquemment réalisée en fonction d'orientations politiques. Ces affirmations furent largement documentées dans la première enquête faite sur l'état de l'information réalisée sur l'ensemble du territoire québécois (Conseil de presse du Québec, 2008). Il est fort à parier que ce sont des entorses généralisées à plusieurs pays. Les télévisions publiques n'échappent pas non plus aux influences de toutes sortes, qu'elles soient marchandes, idéologiques ou politiques.

Nous nous permettons ici une parenthèse pour faire état du bilan sur l'évolution du Conseil de presse du Québec que nous avons effectué au moment où il fêtait son cinquantième anniversaire (Corriveau, 2023). Nous y traçons le cadre historique qui a favorisé la mise en place de ce qui a été une formidable entreprise citoyenne. La suite, toutefois, est moins réjouissante puisque nous y documentons la dénaturation de l'organisation au profit des entreprises de presse. À l'expérience, nous constatons qu'il sera bien difficile qu'un conseil de presse réellement indépendant puisse exister sans une volonté politique ferme. Or, dans une solide contradiction, comment l'État voudra-t-il mettre en place une organisation qui se veut totalement indépendante des pouvoirs politiques et financiers nationaux aussi bien qu'internationaux? La chose n'est possible que si tous les acteurs visent l'intérêt supérieur que constitue la protection de l'information.

Pour assurer une permanence dans la qualité de l'information, le journaliste devrait pouvoir profiter de soutien à la formation continue et de lois visant à la protection de ses sources. En contrepartie, les médias et les créateurs de nouvelles devraient accepter des structures de vigilance qui peuvent avoir diverses formes, selon les régions du monde. Pensons à un conseil de presse authentique, à un ordre professionnel ou à des tribunaux administratifs.

À cet égard, une autre conception erronée assez généralisée est d'imputer les impératifs déontologiques seulement aux journalistes. La déontologie journalistique doit s'appliquer à tous les acteurs de production de la nouvelle. Ainsi, le patron de presse comme le titreur ne devraient pas pouvoir déroger aux guides de bonnes pratiques. Or, l'espace médiatique est, depuis quelques années, fortement concurrencé dans son occupation de l'espace public par une horde²⁸ de relationnistes. Ils produisent une information trop souvent orientée par l'organisme qui les engage. Il y a bien quelques écoles de formation qui encouragent d'abord l'intérêt public, comme celle de l'Université du Québec à Montréal, mais elles sont loin d'être majoritaires. Il faut quand même admettre que les relationnistes fournissent de nombreuses informations utiles aux citoyens en alimentant les médias ou directement sur des sites web. L'information gouvernementale en est un bon exemple.

Ainsi, dans l'esprit de notre argumentation, les relationnistes aussi devraient se doter d'une forme de vérification déontologique. S'afficher à la défense de l'intérêt public est une chose, le garantir en est une autre.

7. Le Web 2.0²⁹ : une solution?

Jusqu'à il y a quelques années à peine, le nouveau défi qui interpellait tous les acteurs de l'espace public était sans contredit les médias sociaux. Avec tout ce qui y circule, peuvent-ils devenir une solution à la presse traditionnelle, comme l'ont prétendu certains?

Dans une recherche menée avec France Aubin (Corriveau et Aubin, 2018), nous avons tenté de voir si le Web 2.0 pouvait compenser le verrou médiatique que les médias traditionnels effectuent à l'encontre de positions progressistes, qui sont d'ailleurs souvent de nature environnementale. Pour mesurer cette hypothèse, nous avons pris l'information comme objet de recherche et nous nous sommes demandé si les médias sociaux pouvant permettre un texte critiquant le droit à l'information et mettant en cause les assises des entreprises de presse d'avoir accès à l'espace public sans passer par les entreprises de presse. L'idée nous est venue justement parce qu'un texte critique envers les médias n'avait pas été accepté pour publication. La conclusion de notre évaluation du Web 2.0 est sans appel : l'accès à l'espace public d'un texte étant porteur d'une critique sociale de type universitaire par le biais des médias sociaux est loin d'être acquis. Cela nous a fait produire la recommandation suivante : que chaque société mette impérativement sur pied un organisme appuyé par la société civile qui traite de l'examen des médias sociaux, de l'espace médiatique et de l'espace public.

Pour répondre à la question posée, il devient clair que le Web 2.0 ne peut donc pas être considéré comme une solution aux carences informationnelles que nous avons identifiées. Disons que le passage du temps a largement corroboré nos conclusions de l'époque.

Dans une recherche précédente (Corriveau et Aubin, 2016), nous avons examiné le potentiel des médias sociaux comme instance pouvant contribuer à l'imputabilité de l'espace médiatique. Nos travaux nous ont permis d'en arriver à une conclusion forte : le Web 2.0 n'a pas de code déontologique reconnu et appliqué par tous, et les mesures récemment prises par Facebook, par exemple, pour garantir une forme d'éthique se sont révélées risibles. On se souvient du blocage de certaines toiles en raison de la nudité qu'on y retrouve, même si ces peintures sont ni plus ni moins des icônes civilisationnelles. Les initiatives de Facebook produisent du non-sens et traduisent des biais culturels inadmissibles. Le monde des réseaux sociaux pourrait-il survivre, sans se donner des règles dans la manière d'informer? La pollution physique de la planète sera-t-elle accompagnée d'une pollution tout aussi généralisée des idées? Ce serait un cocktail explosif. C'est pourtant bien ce qui se passe (Équiterre, 2023; Lapointe, 2023).

L'adoption d'un cadre directif soumis à la discussion publique est une chose présente sur le Web; la *Charte mondiale des médias libres*³⁰, promulguée à Tunis en 2015, en est une illustration. Or, cette charte, en son principe 3, réclame des cadres déontologiques démocratiquement établis. Le seul fait de décrier certaines mauvaises pratiques saura-t-il à lui seul jouer le rôle d'un code déontologique? Le vivre-ensemble médiatique exige un certain nombre de règles à partir desquelles les dénonciations peuvent être faites. Le chacun-pour-soi n'est absolument pas viable. Pire, la dimension perceptuelle – ou l'effet de mode – peut conduire à des condamnations outrancières. Le Far West déontologique ne conduit à aucune forme d'émancipation sociale. Le Web 2.0 peut devenir une formidable mécanique d'alerte, mais à cela certains préalables sont nécessaires. Il faut tout d'abord un cadre déontologique discuté publiquement et le Web 2.0 peut jouer à cet égard un rôle significatif. Ici, tout reste à faire et le laisser-aller conduisait à des excès inimaginables il y a encore quelques années. Il est toutefois indéniable que le Web 2.0 puisse jouer un rôle formidable dans la diffusion d'information ainsi que dans la promotion de pratiques journalistiques responsables et d'une gouvernance médiatique équitable.

Voilà donc un autre chantier à entreprendre. Or, pour le faire, il faudra la collaboration des empires médiatiques sociaux; là, rien ne semble acquis. Par ailleurs, il est difficile de passer sous silence la formidable contradiction que cette nouvelle situation renferme. En effet, les liens sociaux les plus locaux³¹ ne sont devenus possibles que par l'usage de technologies rattachées à des oligopoles distants de milliers de kilomètres et dont les revenus se chiffrent en milliards de dollars.

La plus grande force du Web 2.0 demeure sans contredit sa capacité à exprimer le sentiment citoyen sans le filtre politique ni économique du pouvoir. Cette capacité ne sera effective que dans la mesure où le champ des opinions ne sera pas totalement colonisé au préalable par le pouvoir lui-même. Bien que l'espace individuel authentique soit toujours possible, le potentiel du Web 2.0 ne pourra s'exprimer vraiment que s'il est encadré par une démarche citoyenne. Si l'information est essentielle au « monde vécu » (Cherba, 2009), la garantie qu'elle soit produite selon un cadre déontologique est loin d'être assurée, peu importe sa source.

On le constate, le défi de la démocratisation de la parole publique est loin d'avoir été relevé par le Web 2.0. S'ajoute maintenant à cela une nouvelle ombre au tableau. Dans les conclusions de notre ouvrage consacré au Conseil de presse (Corriveau, 2023), nous soulevions le danger fondamental que faisait peser l'intelligence artificielle sur la profession journalistique. La progression fulgurante de cet amalgame d'appareillages dirigé à partir d'algorithmes opaques qui manipulent un formidable amoncellement de données dont l'origine est loin d'être normalisée soulève désormais un doute plus que réel sur l'avenir même de l'espèce humaine. Cet amalgame d'appareillages commande aussi une numérisation quasi totale du réel, où le vrai du faux devient indécélable. Pire, tout cela entraîne une énorme demande en énergie. Ce qui prend des allures d'une fuite technologique irresponsable ne fait que rendre la crise environnementale encore plus aiguë. Le défi existentiel est multidimensionnel et seule l'information peut nous donner une chance de le relever.

8. De la crise de l'information à la crise environnementale

Si la crise de l'information que nous avons documentée dans un premier temps était liée aux adhérences du passé, le volet que nous comptons aborder ici se projette dans l'avenir. Au modèle de nos démocraties libérales pour informer s'ajoute un autre problème, lui aussi rattaché aux revenus publicitaires. Ainsi, une crise mutualise l'autre. Les étudiants en communication sont toujours surpris lorsqu'on leur apprend qu'un média est toujours vendu deux fois; la première fois aux publicitaires, puis aux consommateurs. Ils apprennent aussi que les quotidiens sont plus volumineux le mercredi afin de pouvoir placer les annonces qui vont permettre le rituel d'achat de fin de semaine, rituel qui, lui, commence dès le jeudi.

Dans un autre texte (Corriveau, 2016), nous avons détaillé la place capitale qu'occupe désormais la publicité dans l'existence du média (Corriveau, 2024). Sans publicité, nous l'avons dit, plus aucun média ne peut survivre; même les médias publics en sont désormais truffés. Cet incontournable économique aura des conséquences sur le contenu médiatique.

Dans le cadre de nos travaux, nous avons rappelé diverses études (Williams, 1990; Hardy, 2014) qui démontrent que la publicité agit non seulement comme filtre de contenu, mais même comme forme de licence. En effet, Curran (1996) qualifie le pouvoir des agences de publicité comme une forme d'attribution de « licence » en faisant référence à la sélectivité issue de l'impératif publicitaire pour les médias. Ainsi, de larges portions d'individus ne sont plus sous le radar médiatique ni considérées comme des lecteurs ou auditeurs valables puisqu'elles sont trop précarisées financièrement pour aspirer à être des consommateurs potentiels. De larges strates de la population deviennent donc sans intérêt pour les médias. On ne crée pas d'émissions pour elles, pas plus qu'on ne leur donne l'information dont elles pourraient avoir besoin.

À cette première forme d'influence de tendance assez conservatrice de la publicité sur le contenu médiatique se substitue une autre, peut-être beaucoup plus importante : la promotion d'un mode de vie nocif pour l'écologie planétaire. Il nous faut bien admettre qu'avec ses milliards de dollars de dépenses en Occident, le publicitaire est indéniablement celui qui fait le plus grand usage de la parole publique. À titre indicatif, pour l'année 2023, on évalue à 850 milliards de dollars US la dépense publicitaire mondiale (Cimio, 2022).

Certes, certains diront : mais en quoi est-ce un problème? Le problème prend sa source dans le fait que la publicité doit promouvoir la consommation de manière toujours plus grande puisque c'est l'effort de vente de biens et services qui la fait vivre. Ce faisant, elle contribue à ce que Fossaert (1983), Moati (2016) et Pharo (2018) appellent la promotion de besoins stimulés. Nous voilà bien loin, comme l'explique Williams (1990), de la publicité comme régulateur de la production.

Cette promotion constante de besoins stimulés par l'achat de biens, qui sont loin d'être toujours essentiels, constitue la base même de notre mode de vie occidental. Si cela nous comble à merveille dans l'immédiat, cela crée aussi un sérieux problème à moyen et long terme. Les ressources de la planète ne peuvent soutenir un tel mode de vie et l'échéancier de la catastrophe annoncée se rapproche d'une année à l'autre³².

Giddens (1994, 2003) et Beck (2001) plaident, dans leur réflexion sur la société du risque, pour la mise en place d'une société réflexive, c'est-à-dire capable d'assumer son mode de développement et de prendre les dispositions nécessaires afin d'éviter le risque de catastrophe planétaire. L'anthropocène, qui est la première ère géologique créée par l'humain, est désormais un fait historique dont les conséquences risquent d'être aussi historiques. Le problème majeur est que les individus qui profitent de la situation actuelle risquent de ne pas subir les conséquences de leurs décisions ou des décisions qu'ils n'auront pas prises.

Beck (2001) et, surtout, Giddens (2003) démontrent clairement le rôle capital que doivent jouer les médias dans le changement de mentalité plus que jamais nécessaire à l'avènement d'une société réflexive. Le changement de mentalité doit venir du monde de l'éducation, plaident-ils, mais surtout de l'univers médiatique. Selon eux, cette responsabilité des médias tient au fait que le jeune adulte aura passé beaucoup plus d'heures devant les médias de toutes sortes que devant une classe qui lui apprendrait la citoyenneté responsable (Corriveau, 2013)³³.

On se doit d'admettre qu'au programme scolaire se substitue un autre beaucoup plus intensif et séduisant : celui de la publicité médiatique (Saulnier, 2017). Ce « programme », porté par les entreprises de presse, ne peut qu'offrir un mode de vie orienté sur la promotion du besoin stimulé puisque le discours publicitaire y est généralisé. C'est justement là que se situe la faille qui entrave la réflexivité. Les médias, de par leur mode de fonctionnement, ne peuvent mettre le discours sur les besoins stimulés de côté. Ce faisant – survie oblige –, ils se trouvent à délaissier, à marginaliser ou encore à inonder de manière radicale tout autre discours qui voudrait faire la promotion d'une société réflexive axée sur une consommation réfléchie.

On se doit d'admettre aussi que les quelques appels à la réflexivité se voient noyés dans un océan publicitaire. Cette charge discursive se mesure en milliards de dollars, comme nous venons de le dire. Comme discours alternatif à une consommation éclairée, c'en est un de taille.

Comby (2009, 2013) a examiné le discours journalistique sur les problèmes de l'environnement et constate des choses très intéressantes. Il identifie une attitude culpabilisante des articles envers le lecteur, tout en tenant un propos très aseptisé quant aux grands responsables politiques et industriels. Il y a de quoi surprendre puisque 100 entreprises – presque totalement pétrolières – seraient responsables de 71 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre (Sermondadaz, 2017). Dans cette confrontation des discours, il nous apparaît curieux de ne pas voir de plan de communication à l'échelle de pays ou de la planète tout entière pour que chacun puisse travailler, entreprise comme citoyen, à la limitation de gaz à effet de serre.

Par exemple, au Québec, pour un geste aussi simple que porter une ceinture de sécurité en voiture, une vaste campagne de publicité, portée sur 10 ans, a obtenu des résultats extrêmement positifs. Par ailleurs, pendant des décennies, nous avons, à titre de communicateur, élaboré des plans de communication contre la propagation des maladies vectorielles (dengue, paludisme, Zika, etc.). À l'opposé, pour

modifier des pratiques visant un changement de paradigme développemental historiquement nécessaire et fondamental à la survie de l'être humain, on ne décèle aucun plan de communication mis en place. Aurait-il fallu inclure des experts des sciences humaines à la brochette de climatologues et autres spécialistes, lors de la signature des différents accords internationaux portant sur le climat? Faut-il alors se surprendre que les promesses faites pour atteindre les objectifs de réduction de CO₂ s'évaporent, une fois les grandes messes médiatico-environnementales terminées (Accord de Paris, etc.)? Les appels de plus en plus pressants des experts climatiques sont entendus, mais fort peu écoutés.

Conclusion : se libérer du verrou imposé par un modèle de développement

Les logiques sont connues et découlent l'une de l'autre. La libre information doit donner accès à la libre parole. Une libre parole, c'est l'accès à l'espace public afin de pouvoir tenir une discussion publique éclairée. La discussion publique, elle, doit permettre l'échange et la définition partagée du risque. La définition partagée du risque rend possible l'implication des parties prenantes, du début jusqu'à la fin du processus d'information à la population. À son tour, l'implication des parties prenantes conduit à l'application démocratique de solutions désormais urgentes.

Tout ceci ne pourra se faire sans le rétablissement de la légitimité des institutions démocratiques, qui auront à leur tour emprunté un cadre législatif axé sur le bien commun. Le respect et l'application équitable des lois ainsi que la transparence des institutions devraient animer le monde politique, car il est le principal acteur responsable de la mise en place de la réflexivité sociale et de l'émancipation citoyenne, acteur exempt de corruption et d'influences occultes. Dans un tel cadre, l'éducation voit son rôle décuplé et l'éducation aux médias participe à l'instauration d'une citoyenneté active et responsable.

Les enjeux sont d'une telle dimension que la solidarité planétaire devient indispensable. La décarbonisation de l'économie, la réorientation du modèle de développement³⁴, la disparition des abris fiscaux et la répartition équitable de la richesse sont des préalables à un mode de vie durable qui s'imagine dans chaque pays, mais qui s'harmonise sur de grands ensembles. Toutes ces choses sont désormais archiconnues, faisables et demandées par la société civile.

Comment si peu de gens peuvent-ils empêcher l'avenir de tant d'autres? Tout cela peut se faire, mais des décennies d'échecs ont contribué à l'établissement d'un cynisme généralisé, surtout dans les pays développés, où l'opulence conduit à un laissez-faire socialement campé dans l'indifférence et dans une désinformation généralisée conduisant à une apathie suicidaire.

Nous revoilà devant un problème d'information.

NOTES

- 1 Une version antérieure et portugaise de cet article a été publiée au Brésil en 2019 sous le titre *Informação e Meio Ambiente*, dans E. Becker, M. A. Becker et S. Matos (dir.), *Técnica, Natureza e Ética Socioambiental* (p. 117-140). República do Livro. Cette version a toutefois été remaniée et mise à jour.
- 2 Nous avons abordé cette question dans Corriveau et Sirois (2012).
- 3 En 2008, pour la première fois dans l'histoire du Québec, nous avons organisé, comme président du Conseil de presse, une tournée qui s'est étendue à l'ensemble du territoire afin de faire l'inventaire de la situation de l'information. Le constat fut sévère. Un tel exercice mériterait d'être effectué dans chaque pays. Voir Conseil de presse du Québec (2008).
- 4 Voir entre autres Houle (2024).
- 5 Ce constat nous est venu après quatre ans et demi à titre de président du Conseil de presse du Québec et après six ans à titre de représentant du public à la même instance.
- 6 Voir à ce sujet la page de Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Géants_du_Web
- 7 <https://www.parl.ca/legisinfo/fr/projet-de-loi/44-1/c-18>

- 8 Pour les besoins de l'article, nous dirons succinctement que la notion de *champ* détermine un secteur d'activités. Le *champ médiatique* est donc composé de tous les acteurs qui œuvrent dans l'univers des médias (entreprises de presse, médias sociaux, etc.). Selon Bourdieu, la société occidentale est déterminée par les champs économique, politique et culturel (Wagner, 2016). Ces champs dominants sont eux-mêmes traversés par d'autres secteurs d'activités, dont le champ médiatique. Selon des caractéristiques propres à chaque champ, des jeux de pouvoir et de domination sont en action.
- 9 L'espace public est un lieu non physique aux contours non rigoureusement définis où l'on retrouve un échange et une confrontation des idées, par exemple des opinions. C'est ce qui se discute dans une société à un moment donné de son histoire. Le rôle des médias y sera déterminant et c'est ce que nous identifierons comme l'espace médiatique. Or, les médias se font le relais d'autres voix qui s'expriment en société, en ce sens que l'espace public n'est pas que médiatique. Une manifestation monstre, par exemple, constitue en soi l'expression d'une opinion et qui rejoint l'espace public.
- 10 Voir CSN et FNC (2019) pour des pistes de solution possibles et Pew Research Center (2017).
- 11 Voir les synthèses du GIEC : <https://climat.be/changements-climatiques/changements-observees/rapports-du-giec>
- 12 Ce lien entre le silence médiatique et politique nous a été clairement démontré lors de la tournée provinciale de 2008 du Conseil de presse.
- 13 https://www.ohchr.org/EN/UDHR/Documents/UDHR_Translations/frn.pdf
- 14 <https://www.canada.ca/fr/patrimoine-canadien/services/comment-droits-protoges/guide-charte-canadienne-droits-libertes.html#a8>
- 15 <https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/d0e4f571-f6bb-4cde-81f3-e52088cb03c9/content>
- 16 <https://i-source.ca/article/declaration-des-devoirs-et-des-droits-des-journalistes-munich-1971>
- 17 <https://www.britannica.com/topic/Fairness-Doctrine>
- 18 Fox News a relayé à de nombreuses reprises des affirmations de Donald Trump que le média savait fausses. Ces affirmations prétendaient que le système de vote électronique de Dominion Voting Systems avait contribué au vol de l'élection présidentielle de 2020. Plutôt que de se défendre en cour devant des accusations de diffamation que la compagnie de vote électronique avait intentées à la chaîne de médias, Fox News a réglé à l'amiable pour la somme de 787 millions de dollars. L'argumentaire du média passe aussi à l'histoire puisque la compagnie disait faire des affaires et qu'elle n'était pas tenue de dire la vérité : elle se devait de satisfaire sa clientèle en lui disant ce que celle-ci voulait entendre.
- 19 https://fr.wikipedia.org/wiki/Article_10_de_la_Convention_europ%C3%A9enne_des_droits_de_l'homme
- 20 <https://www.oecd.org/fr/themes/integrite-et-lutte-contre-la-corruption.html>
- 21 <https://www.cai.gouv.qc.ca/actualites/commission-rappelle-importance-modifier-volet-acces-a-information-loi-acces>
- 22 <https://www.cnil.fr/fr/la-cnil/les-missions-de-la-cnil>
- 23 Wikipédia fournit un bon résumé de ce scandale : https://fr.wikipedia.org/wiki/Scandale_Facebook-Cambridge_Analytica
- 24 Le site web de l'Acrimed rassemble plus de 500 articles sur le sujet : <https://www.acrimed.org/spip.php?page=recherche&recherche=Le+droit+%C3%A0+l'E2%80%99information+%C3%A9chap-pant+%C3%A0+l'E2%80%99emprise+des+conglom%C3%A9rats.&date1=&date2=>
- 25 La compilation du journaliste Daniel Dale augmente au fil du temps : <https://www.cnn.com/profiles/daniel-dale>
- 26 Pour une meilleure compréhension de l'espace public et de l'espace médiatique, voir Corriveau et Aubin (2016).
- 27 Pour faire le tour de la question déontologique, voir Bernier (2004).
- 28 Pour une profession qui n'existait pas formellement il y a quelques décennies, au Québec, on compte aujourd'hui six fois plus de professionnels des relations publiques que de journalistes (Baillargeon, 2014).
- 29 Voir la définition adéquate du Web 2.0 par Wikipédia : https://fr.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
- 30 <https://www.ritimo.org/Charte-mondiale-des-medias-libres>
- 31 Pensons par exemple aux membres d'un comité de citoyens qui s'échangent des informations sur Messenger.
- 32 L'agence indépendante Global Footprint Network calcule l'impact de divers modes de vie sur l'environnement. Elle compare la consommation annuelle de l'humanité et les capacités de la planète à restaurer ses ressources après cette consommation. En 2025, on a épuisé les ressources de la planète, au Canada, le 26 mars (en fonction de notre rythme de développement) (Global Footprint Network, 2025)!

- 33 Dans Corriveau (2013), nous avons documenté le nombre d'heures que les jeunes passent devant les médias. Près de 10 ans plus tard, ce calcul a explosé, en raison de la présence des médias sociaux. Voir Lévesque (2018) sur les conséquences de cette augmentation (plus de 2 heures par jour) sur la santé mentale des jeunes; voir 10 jours sans écran (s. d.) sur le temps moyen de 6,45 heures d'écoute par jour des jeunes de 13 à 18 ans; voir Leatherdale et Ahmed (2011), une étude qui établit ce temps moyen à 7,8 heures par jour chez les enfants canadiens.
- 34 Nathaniel Rich du *New York Times Magazine* impute à la nature humaine l'échec du combat contre le réchauffement climatique. Naomi Klein (2018) met plutôt en cause directement le développement capitaliste de nos sociétés; une illustration parfaite des propos de Comby.

RÉFÉRENCES

- 10 jours sans écran. (s. d.). Temps d'écran chez les enfants et les adolescents. <https://10jourssansécrans.org/accueil/outils-partages/temps-decran-et-les-jeunes>
- Action-Critique-Médias (Acrimed). (2013). *Transformer les médias*. <http://www.acrimed.org/Transformer-les-medias>
- Baillargeon, S. (2014, 4 octobre). Frères ennemis. *Le Devoir*.
- Beck, U. (2001). *La société du risque : sur la voie d'une autre modernité*. Aubier.
- Bernier, M.-F. (2004). *Éthique et déontologie du journalisme*. PUL.
- Bertacchini, Y. (2004). *Entre information et processus de communication : l'intelligence territoriale*. Université de Toulon. https://www.researchgate.net/publication/37759807_Entre_information_processus_de_communication_l'intelligence_territoriale
- Bourdieu, P. (1977). Sur le pouvoir symbolique. *Annales : Histoire, sciences sociales*, 32(3), 405-411. <https://doi.org/10.3406/ahess.1977.293828>
- Burt, R. S. (2005). *Brokerage and closure: An introduction to social capital*. Oxford University Press.
- Cherba, M. (2009). *Monde vécu* [Page wiki]. <http://com3109.pbworks.com/w/page/8622951/Jürgen%20%20A0Habermas-%20%20A0Monde%20%20A0vécu>
- Cimio, V. (2022, 6 décembre). Le marché publicitaire mondial va atteindre les 850 milliards de dollars en 2023. *Siècle digital*. <https://siecledigital.fr/2022/12/06/le-marche-publicitaire-mondial-va-atteindre-les-850-milliards-de-dollars-en-2023>
- Comby, J.-B. (2009). Quand l'environnement devient médiatique. *Réseaux*, 5(157-158), 157-190. <https://doi.org/10.3917/res.157.0157>
- Comby, J.-B. (2013, 16 septembre). *Les journalistes, l'écologie et le capitalisme*. Acrimed. <https://www.acrimed.org/article4139.html>
- Confédération des syndicats nationaux (CSN) et Fédération nationale des communications (FNC). (2019). *Réflexions et recommandations pour l'avenir des médias d'information*. Présenté à la Commission de la culture et de l'éducation dans le cadre du mandat d'initiative portant sur l'avenir des médias d'information. https://fncc.csn.qc.ca/wp-content/uploads/2019/08/2019_memoire-avenir-media_CSN.pdf
- Conseil de presse du Québec. (2008). *L'info a rendez-vous avec les régions – L'état de la situation médiatique au Québec : l'avis du public*. https://conseildepresse.qc.ca/wp-content/uploads/2013/01/2008-11-10_etat-situation-mediatique_avis-du-public.pdf
- Corriveau, R. (2013). L'universitaire et la parole publique : entre risque et nécessité. Dans A. Létourneau (dir.), *L'universitaire et les médias : une collaboration risquée, mais nécessaire* (p. 23-38). Liber.
- Corriveau, R. (2015). Quand les entreprises de presse font la sourde oreille. Dans É. George (dir.), *Concentration des médias, changements technologiques et pluralisme de l'information* (p. 249-268). PUL.
- Corriveau, R. (2016). L'éducation aux médias : entre nécessité et contradiction. Dans N. Landry et A.-S. Lettelier (dir.), *Éducation aux médias : fondations, enjeux et politiques* (p. 133-146). PUM.
- Corriveau, R. (2017). Le droit à l'information : un colosse au pied d'argile avant et après le numérique [En guise de conclusion]. *Cahiers du CRICIS*, numéro spécial, 160-176. https://www.cricis.uqam.ca/wp-content/uploads/2017/10/Cahiers2017_VF.pdf

- Corriveau, R. (2023). *Un conseil de presse est-il encore possible? Les misères de l'autoréglementation*. PUQ.
- Corriveau, R. (2024, 10 janvier). Quand la crise médiatique croise une crise de civilisation [Opinion]. *Le Devoir*.
- Corriveau, R. et Aubin, F. (2016). L'imputabilité des médias et les leçons de l'histoire. Dans M.-F. Bernier (dir.), *Le cinquième pouvoir : la nouvelle imputabilité des médias envers leurs publics* (p. 63-89). PUL.
- Corriveau, R. et Aubin, F. (2018). Les médias sociaux et l'accès à l'espace public. Dans É. George (dir.), *Numérisation de la société et enjeux sociopolitiques* (vol. 2, p. 135-145). ISTE Éditions.
- Corriveau, R. et Sirois, G. (2012). *L'information : la nécessaire perspective citoyenne*. PUQ.
- Curran, J. (1996). Mass media and democracy revisited. Dans J. Hardy (dir.), *Mass media and society* (p. 85). Routledge.
- Dale, D. (2019, 2 juin). The first 5,276 false things Donald Trump said as U.S. president. *Toronto Star*.
<https://projects.thestar.com/donald-trump-fact-check>
- Équiterre. (2023, 30 novembre). *La désinformation climatique*. <https://www.equiterre.org/fr/ressources/la-desinformation-climatique#>
- Fossaert, R. (1983). *La société : les structures idéologiques*. Seuil.
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.
- Giddens, A. (1994). *Les conséquences de la modernité*. L'Harmattan.
- Giddens, A. (2003). *Runaway world: How globalization is reshaping our lives*. Routledge.
- Global Footprint Network. (2025). *Earth Overshoot Day: In just about seven months, humanity has exhausted Earth's budget for the year*.
<https://www.footprintnetwork.org/our-work/earth-overshoot-day>
- Gruda, A. et Hachey, I. (2012, 20 octobre). Mines canadiennes à l'étranger : or, sang et feuille d'érable. *La Presse*.
<http://www.lapresse.ca/actualites/national/2012/10/20/1-4585242-mines-canadiennes-a-letranger-or-sang-et-feuille-derable.php>
- Habermas, J. (1962). *L'espace public : archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Payot.
- Hardy, J. (2014). *Critical political economy of the media*. Routledge.
- Houle, S. (2024, 18 mai). TES Canada : un choix discutable pour décarboner le Québec, insistent des experts. *Le Nouvelliste*.
<https://www.lenouveliste.ca/actualites/actualites-locales/2024/05/18/tes-canada-un-choix-discutable-pour-decarboner-le-quebec-insistent-des-experts-2WGSYZOTKJEXBAVMB3EEXCYFDY>
- Klein, N. (2018, 3 août). Capitalism killed our climate momentum, not "human nature". *The Intercept*.
<https://theintercept.com/2018/08/03/climate-change-new-york-times-magazine>
- Landry, N. (2013). *Droits et enjeux de la communication*. PUQ.
- Lapointe, P. (2023, 27 novembre). Les réseaux sociaux favorisent le discours climatosceptique? Vrai. *Science Presse*.
<https://www.sciencepresse.qc.ca/actualite/detecteur-rumeurs/2023/11/27/reseaux-sociaux-favorisent-discours-climatosceptique-vrai>
- Leatherdale, S. T. et Ahmed, R. (2011). Comportements associés au temps passé devant un écran : les enfants canadiens passent-ils leur temps vautrés sur un divan? *Maladies chroniques et blessures au Canada*, 31(4), 141-147. <https://www.canada.ca/content/dam/phac-aspc/migration/phac-aspc/publicat/hpcdp-pspmc/31-4/assets/pdf/cdc-mcbc-31-4-ar-01-fra.pdf>
- Leduc, L. (2017, 3 avril). Protection des sources journalistiques : petit guide pour comprendre la commission Chamberland. *La Presse*. <http://www.lapresse.ca/actualites/justice-et-faits-divers/actualites-judiciaires/2017/04/03/01-5084855-protection-des-sources-journalistiques-petit-guide-pour-comprendre-la-commission-chamberland.php>
- Lévesque, A.-I. (2018, 21 février). *Les médias sociaux et la santé mentale des jeunes*. Réseau d'information pour la réussite éducative.
- Mattelart, A. et Mattelart, M. (2004). *Histoire des théories de la communication* (3^e éd.). La Découverte.

- Moati, P. (2016). *La société malade de l'hyperconsommation*. Odile Jacob.
- Pew Research Center. (2017). *State of the news media 2017*. https://www.pewresearch.org/journalism/wp-content/uploads/sites/8/2019/06/State-of-the-News-Media_2017-Archive-2.pdf
- Pharo, P. (2018). *Le capitalisme addictif*. PUF.
- Quéré, L. (2000). Au juste, qu'est-ce que l'information? *Réseaux*, 18(100), 331-357. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_2000_num_18_100_2227
- Randall, S. (2016). Le principe d'impartialité. *Le Monde diplomatique*, 146, 80-81. <https://www.monde-diplomatique.fr/mav/146/RANDALL/55096>
- Riendeau, V. (2017). *La protection des sources journalistiques à l'étranger : rapport sur les instruments législatifs et administratifs privilégiés en Europe et dans les ressorts de common law* [Annexe 3]. Dans Commission d'enquête sur la protection de la confidentialité des sources journalistiques, *Annexes du rapport* (p. 9-140). Publications du Québec. https://www.bibliotheque.assnat.qc.ca/DepotNumerique_v2/AffichageNotice.aspx?idn=89051
- Saulnier, P.-A. (2017, 4 décembre). Les réseaux sociaux à la conquête des jeunes [Balado]. *Radio-Canada OhDio*. <https://ici.radio-canada.ca/premiere/emissions/1-heure-du-monde/segments/chronique/49923/reseaux-sociaux-jeunes-facebook-snapchat-instagram-twitter>
- Sermondadaz, S. (2017, 16 juillet). 100 entreprises responsables de plus de 70 % des émissions mondiales de carbone. *Science et Avenir*. https://www.sciencesetavenir.fr/nature-environnement/100-entreprises-responsables-de-plus-de-70-des-emissions-mondiales-de-carbone_114773
- Sommet mondial sur la société de l'information. (2004). *Déclaration de principes – Construire la société de l'information : un défi mondial pour le nouveau millénaire*. <https://www.itu.int/net/wsis/docs/geneva/official/dop-fr.html>
- Wagner, A.-C. (2016, 1^{er} février). Champ. Dans S. Paugam (dir.), *Les 100 mots de la sociologie* (2^e éd., p. 50). PUF. <https://journals.openedition.org/sociologie/3206>
- Williams, R. (1990). Publicité : le système magique. *Réseaux*, 8(42), 73-95. https://www.persee.fr/doc/reso_0751-7971_1990_num_8_42_1770